ESTIMATES

National Film Board

2000-2001
Estimates

Part III – Report on Plans and Priorities

Canada

The Estimates Documents

Each year, the government prepares Estimates in support of its request to Parliament for authority to spend public monies. This request is formalized through the tabling of appropriation bills in Parliament. The Estimates, which are tabled in the House of Commons by the President of the Treasury Board, consist of three parts:

Part I – The Government Expenditure Plan provides an overview of federal spending and summarizes both the relationship of the key elements of the Main Estimates to the Expenditure Plan (as set out in the Budget).

Part II – The Main Estimates directly support the *Appropriation Act*. The Main Estimates identify the spending authorities (votes) and amounts to be included in subsequent appropriation bills. Parliament will be asked to approve these votes to enable the government to proceed with its spending plans. Parts I and II of the Estimates are tabled concurrently on or before 1 March.

Part III – Departmental Expenditure Plans which is divided into two components:

(1) **Reports on Plans and Priorities (RPPs)** are individual expenditure plans for each department and agency (excluding Crown corporations). These reports provide increased levels of detail on a business line basis and contain information on objectives, initiatives and planned results, including links to related resource requirements over a three-year period. The RPPs also provide details on human resource requirements, major capital projects, grants and contributions, and net program costs. They are tabled in Parliament by the President of the Treasury Board on behalf of the ministers who preside over the departments and agencies identified in Schedules I, I.1 and II of the *Financial Administration Act*. These documents are to be tabled on or before 31 March and referred to committees, which then report back to the House of Commons pursuant to Standing Order 81(4).

(2) **Departmental Performance Reports (DPRs)** are individual department and agency accounts of accomplishments achieved against planned performance expectations as set out in respective RPPs. These Performance Reports, which cover the most recently completed fiscal year, are tabled in Parliament in the fall by the President of the Treasury Board on behalf of the ministers who preside over the departments and agencies identified in Schedules I, I.1 and II of the *Financial Administration Act*.

The Estimates, along with the Minister of Finance's Budget, reflect the government's annual budget planning and resource allocation priorities. In combination with the subsequent reporting of financial results in the Public Accounts and of accomplishments achieved in Departmental Performance Reports, this material helps Parliament hold the government to account for the allocation and management of public funds.

© Her Majesty the Queen in Right of Canada, represented by
the Minister of Public Works and Government Services, 2000

Available in Canada through your local bookseller or by mail from
Canadian Government Publishing (PWGSC)
Ottawa, Canada K1A 0S9

Telephone: 1-800-635-7943
Internet site: http://publications.pwgsc.gc.ca

Catalogue No. BT31-2/2001-III-5

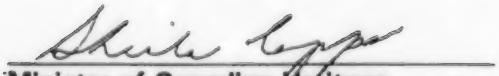
ISBN 0-660-61145-7

National Film Board

2000-2001 Estimates

Report on Plans and Priorities

Approved



Minister of Canadian Heritage

100-04250/

TABLE OF CONTENTS

SECTION I: MESSAGES **1**

A. Minister's Message 1

B. Commissioner's Message 3

SECTION II: OVERVIEW OF THE NATIONAL FILM BOARD **5**

A. Mandate, Roles and Responsibilities 5

B. Agency/Program Objective 6

C. External Factors 6

D. Planned Spending 8

SECTION III: PLANS, RESULTS AND RESOURCES **9**

A. National Film Board Program Description 9

B. Key Results Commitments, Planned Results, Related Activities and Resources 10

SECTION IV: FINANCIAL INFORMATION **15**

SECTION V: OTHER INFORMATION **17**

INDEX **18**

SECTION I: MESSAGES

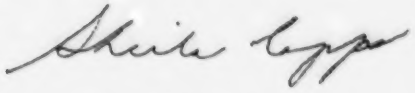
A. MINISTER'S MESSAGE

The National Film Board ensures that Canadian realities and imagination are interpreted through films that are high quality, socially and culturally relevant, permit innovation through artistic and technological advancement and address the major issues and aspects of daily life. It provides audio-visual material for use in education, helps to conserve and promote Canada's rich heritage and diversity while supporting new filmmaking talent.

Canada is comprised of people from all origins and cultures of the world, and they represent our wealth. Our values — respect for the individual and individual choices, for diversity and diversity in our experiences — need fertile ground to ensure that our diversity is a source of strength for Canadian unity and identity.

The Department, agencies and Crown corporations that make up the Canadian Heritage Portfolio have the task of creating a favourable environment to encourage and promote the participation of each and every Canadian in the full national life of Canada.

The Canadian Heritage Portfolio, including the National Film Board, is proud of its role and its work with its many partners in contributing to Canada's prosperity.



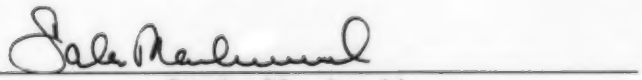
Sheila Copps
Minister of Canadian Heritage

B. COMMISSIONER'S MESSAGE

The plans of the National Film Board for 2000–2001, in terms of those aspects of our work visible to the public, are characterized by a concentration on the opportunities offered by the Internet: as a medium for new forms of creativity; as an avenue of access by Canadians to the wealth and diversity of Canadian expression contained in our film collection; as a window for the rest of the world on Canadian stories, voices and images.

Internally, the Internet is also a focus as we position ourselves to take advantage of the opportunities the digital revolution presents to reduce the impediments of distance and cost in our production processes, to develop streamlined administrative tools, and to link our employees from coast to coast and in both official languages in ways which were never possible before.

In keeping with the goals expressed in the Speech from the Throne, the NFB intends to maintain its position as a leader in the adoption and use of new technology in the service, as always, of our mandate to interpret Canada to Canadians and the world.



Sandra Macdonald
Government Film Commissioner
and Chairperson of the National Film Board

SECTION II: OVERVIEW OF THE NATIONAL FILM BOARD

A. MANDATE, ROLES AND RESPONSIBILITIES

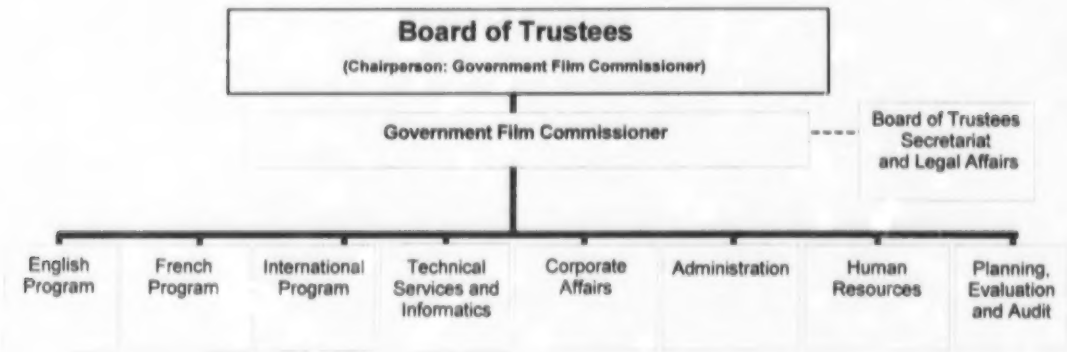
The National Film Board of Canada (NFB) reports to the Minister of Canadian Heritage, who is responsible for administering the *National Film Act* governing this public audiovisual production and distribution agency. Pursuant to the Act, the NFB is established to initiate and promote the production and distribution of films in the national interest and, in particular,

- to produce and distribute and to promote the production and distribution of films designed to interpret Canada to Canadians and to other nations;
- to engage in research in film activity and to make available the results thereof to persons engaged in the production of films;
- to advise the Governor in Council in connection with film activities; and
- to discharge such other duties relating to film activity as the Governor in Council may direct the Board to undertake.[1]

In line with this mandate, the NFB has adopted the following mission for the coming years: "to produce and distribute audiovisual works which provoke discussion and debate on subjects of interest to Canadian audiences and foreign markets, which explore the creative potential of the audiovisual media, and which achieve recognition by Canadians and others for excellence, relevance and innovation."

[1] R.S.C. 1985, c. N-8, s. 9. The Act also empowers the NFB to "represent the Government of Canada in its relations with persons engaged in commercial motion picture film activity in connection with motion picture films for the Government or any department thereof." However, this responsibility was transferred to the Minister of Supply and Services by Order in Council P.C. 1984-6/2565.

Organizational Structure



B. AGENCY/PROGRAM OBJECTIVE

The objective of the agency, and of the program, is to produce audiovisual works that reflect Canadian realities and perspectives while innovating in various aspects of filmmaking, and to distribute and provide access to these audiovisual works.

C. EXTERNAL FACTORS

Public policies – The NFB is directly affected by various aspects of public policy, which have an impact on the management of its resources and activities. Decisions regarding the production, broadcasting and telecommunications industries all affect the NFB, as do decisions related to the government's fiscal objectives, labour relations practices, language policy, accountability regimes, and so on.

Changing markets – The development of cable networks and deployment of new communication satellites favour the growth of specialty television services, thus creating new outlets for NFB films. On the other hand, the resulting audience fragmentation pushes down the licence fees the NFB receives from broadcasters.

It is harder for the type of films the NFB produces to fit into conventional broadcasters' schedules or even to find a place with specialty services since they tend to prefer series, dramas or custom-made programming. However, the development of the Internet provides the NFB with a new means of promoting and selling its films to consumers, institutions and businesses.

Lastly, new consumption methods with regard to audiovisual products, the focus on ratings, competing programming schedules, changing trends in the supply of audiovisual products, and the extent to which different countries are open to foreign productions are all factors that could influence the NFB's distribution activities and revenues.

Technological environment – By converting from film-based technology to electronic production and distribution, the NFB is able to reach more diverse audiences through a variety of more widely accessible means such as videocassette, DVD, CD-ROM and the Internet. At the same time, broadcasters are preparing for the shift to digital television, which will require many changes in the industry's technological infrastructure in the coming years. The NFB has primarily aired its productions on conventional networks and specialty services but must now ensure that its productions are compatible with the technologies, formats and content of tomorrow's digital television.

In switching from film as its production and distribution medium to a rapidly evolving technology, the NFB will have to constantly adapt its human, technical and financial resources to the changing technologies and audiovisual production and distribution methods of this new environment.

Partnerships – Although its role as a public producer and distributor makes it different from private businesses, the NFB is nevertheless a specific and essential part of the film industry. To carry out its mandate, the NFB relies on in-house creative, operational and administrative resources as well as hiring freelancers and working in conjunction with public- and private-sector production and distribution partners. It sometimes joins with private-sector co-producers in Canada and other countries to make its films. It may also work with private and public broadcasters in Canada and abroad to produce and/or broadcast its films and, on various occasions, with partners in the public sector (public and school libraries) and private sector (distributors, cataloguers, exhibitors, video retail outlets, etc.) to distribute its films in Canada and internationally.

D. PLANNED SPENDING

Table 2.1: Agency Planned Spending

($ thousands)	Forecast Spending 1999-2000	Planned Spending 2000-2001	Planned Spending 2001-2002	Planned Spending 2002-2003
Budgetary Main Estimates**	68,445	68,518	68,518	68,518
Less: Respendable revenue	8,900	8,900	8,900	8,900
Total Main Estimates	**59,545**	**59,618**	**59,618**	**59,618**
Adjustments	**2,430**			
Net Planned Spending*	61,975	59,618	59,618	59,618
Plus: Cost of services received without charge	25	18	17	17
Net cost of Program	62,000	59,636	59,635	59,635
Full-time equivalents	490	**490**	490	490

* *Reflects the best forecast of total planned spending to the end of the fiscal year.*

** *Includes statutory appropriation of $375,000.*

SECTION III: PLANS, RESULTS AND RESOURCES

The NFB comprises a single program, whereby it produces audiovisual works that reflect Canadian realities and perspectives to Canadian and foreign audiences. The planned spending, full-time equivalents and objective of this program are presented in Section II above.

A. NATIONAL FILM BOARD PROGRAM DESCRIPTION

The NFB is a cultural agency reporting to the Minister of Canadian Heritage. It is administered by a Board of Trustees appointed by the Governor General in Council and chaired by the Government Film Commissioner.

The NFB is an integrated producer-distributor which develops, writes, shoots, finishes, promotes, markets, sells and distributes film and multimedia products. Its main production and distribution centre is located in Montreal but it also has offices in Halifax, Moncton, Toronto, Winnipeg, Edmonton and Vancouver and maintains offices in Paris, London and New York for the international marketing of its products. To deliver its Program, it uses in-house staff and freelancers and also works with public- and private-sector production and distribution partners when necessary.

Although it is autonomous and traditionally has an arm's length relationship with the government, this public film institution contributes in various ways to Canadian cultural policy objectives by producing socially and culturally relevant films, providing Canadian audiovisual materials for the educational sector, directly supporting various Canadian government initiatives at home and abroad, conserving and promoting access to Canada's rich audiovisual heritage, supporting new filmmaking talent, promoting the development of regional and diversity cinema, forging strategic alliances with the private and public sectors, promoting Canadian culture abroad and encouraging research and experimentation in communication technologies.

As a public producer, the NFB ensures that Canadian realities and imagination are interpreted through films that are of high quality from a cinematographic point of view, that permit innovation and artistic and technological advancement, and that address both major social issues and different aspects of daily life.

As a public distributor, the NFB ensures that the films it produces reach general-interest and niche audiences through distribution circuits and networks best suited to its mission and that its heritage audiovisual collection is preserved and made accessible by means of advanced technologies.

As a public agency, the NFB ensures good governance of its activities and resources by providing conditions that encourage creativity, productivity and accountability in its staff.

B. KEY RESULTS COMMITMENTS, PLANNED RESULTS, RELATED ACTIVITIES AND RESOURCES

First Key Results Commitment

To produce relevant, excellent and innovative audiovisual works that help Canadians better understand Canada and the world.

Planned Results

- Programming reflects Canada's linguistic duality and cultural diversity;
- Programming consists of films and other audiovisual works on relevant subjects of interest to the general public and/or niche audiences;
- Innovative and experimental projects are developed in new media and interactivity;
- The NFB exploits the rich audiovisual heritage it conserves and provides access to.

Related Activities

- Consolidate and intensify programs to support audiovisual works by first-time filmmakers;
- Continue the Aboriginal film programs in the English and French production units;
- Assign certain studios specific responsibilities and objectives for the production of works by diversity filmmakers;
- Produce a body of films on major social issues, such as work and the workplace, the world of science, the environment, health and bioethics;

- Develop and produce films and other audiovisual works on a variety subjects, including social issues, cultural diversity, popular culture, Canadian lifestyles, nature, arts, history and portraits of Canadians;
- Develop a body of educational works for children and young people in the form of documentaries, dramatic shorts, animation, interactive productions, play books and other multimedia productions;
- Implement a major bilingual website on the history of Canada;
- Incorporate Internet and interactive tools (DVD, CD-ROM) into film production;
- Continue the transition to digital technology in all areas of film activity;
- Develop new projects in the *Mémoire* collection in order to provide tools to help people learn about their film heritage;
- Develop new products, sets and thematic compilations from the collection.

Resources

Table 3.1: Actual and Planned Spending for this Commitment

($ thousands)	Forecast Spending 1999-2000	**Planned Spending 2000-2001**	Planned Spending 2001-2002	Planned Spending 2002-2003
Production	41,663	**39,518**	39,518	39,518

Second Key Results Commitment

To optimize general-interest and niche audiences.

Planned Results

- NFB films are broadcast on national television networks and specialty services;
- Canadian and international customers have access to e-commerce for purchasing NFB films via the Internet;
- Markets are further developed and diversified.

Related Activities

- Focus on television as a means of reaching general-interest and niche audiences, by concluding agreements, partnerships, pre-sales, co-productions and direct sales with television networks;
- Make a special effort to develop new products, sets and compilations from the existing collection for broadcast on existing and future television strands;
- Develop a strategy and website architecture to facilitate e-commerce and delivery of NFB productions;
- Develop communication and promotion strategies suited to the NFB's educational, institutional and consumer markets in order to optimize film sales;
- Continue research on archiving and conservation of the collection, and transfer the collection to a digital medium to make it more accessible;
- Continue research and development on the CineRoute project, which will enable the NFB to offer Canada's first cinema-on-demand service via the Internet;
- Take advantage of the worldwide proliferation of specialty services;
- Develop the educational television market, by:
  - concluding contracts with different American school boards, colleges and universities granting them the right to make closed-circuit broadcasts within the state for educational purposes and to duplicate videocassettes for distribution in schools;
  - making similar arrangements with Brazil and France;
- Develop the in-flight entertainment market, by:
  - working directly with airlines (e.g. Air Canada, Air France) and also with distributors specializing in this field in order to distribute NFB productions to over 80 carriers around the world;
- Develop new territories, by:
  - taking advantage of China's opening up to NFB productions and the NFB's expanding business relations with Brazil and Mexico to significantly increase in sales in these countries.

Resources

Table 3.2: Actual and Planned Spending for this Commitment

($ thousands)	Forecast Spending 1999-2000	**Planned Spending 2000-2001**	Planned Spending 2001-2002	Planned Spending 2002-2003
Distribution	13,896	**13,800**	13,800	13,800

Third Key Results Commitment

To ensure efficient and responsible management of resources.

Planned Results

- Operational and administrative infrastructure is efficient and effective;
- Management focuses on results;
- The NFB is accessible and connected to Canadians.

Related Activities

- Continue with the implementation and integration of computer systems, software, applications and databases for information management;
- Develop performance indicators to measure the extent to which the NFB's creativity, productivity and accountability objectives have been met in its activities and operations;
- Review the NFB's role in the context of the World Wide Web with a view to becoming an interactive centre of creativity and excellence;
- Raise the NFB's public visibility and increase its involvement with the film community.

Resources

Table 3.3: Actual and Planned Spending for this Commitment

($ thousands)	Forecast Spending 1999-2000	**Planned Spending 2000-2001**	Planned Spending 2001-2002	Planned Spending 2002-2003
Administration	6,416	**6,300**	6,300	6,300

SECTION IV: FINANCIAL INFORMATION

Table 4.1: Net Cost of Program for the Estimates Year

($ thousands)	
Planned spending	**68,518**
Plus: Services received without charge	
Workmen's compensation coverage provided by Human Resources Development Canada	18
Less: Respendable revenue	**8,900**
2000-2001 Net Program Cost (Total Planned Spending)	**59,636**

Table 4.2: Transfer Payments

($ thousands)	Forecast Spending 1999-2000	**Planned Spending 2000-2001**	Planned Spending 2001-2002	Planned Spending 2002-2003
Grants				
Grants in support of significant film events held in Canada, which are of national or international interest as determined by the Board of Trustees	10	**12**	12	12
Contributions				
To support non-profit organizations working in the film sector and to help promote Canadian cinematography	309	**307**	307	307
Total grants and contributions	319	**319**	319	319

Table 4.3: Respendable Revenue

($ thousands)	Forecast Revenue 1999-2000	**Planned Revenue 2000-2001**	Planned Revenue 2001-2002	Planned Revenue 2002-2003
Respendable revenue				
Film production services	900	**1,500**	1,500	1,500
Print sales	2,200	**2,500**	2,500	2,500
Rentals, royalties and miscellaneous	4,900	**4,900**	4,900	4,900
Total respendable	8,000	**8,900**	8,900	8,900

Table 4.4: Revolving Fund – Projected Use of Authority

($ thousands)	Forecast 1999-2000	**Planned 2000-2001**	Planned 2001-2002	Planned 2002-2003
Assets				
Cash	300	**300**	300	300
Accounts receivable	4,000	**4,000**	4,000	4,000
Inventories	700	**700**	700	700
Prepaid expenses	1,000	**1,500**	1,500	1,500
Equipment (net value)	14,525	**14,275**	14,650	15,025
	20,525	**20,775**	21,150	21,525
Liabilities				
Accounts payable	3,125	**3,000**	3,000	3,000
Equity of Canada	17,400	**17,775**	18,150	18,525

Table 4.5: Revolving Fund – Statement of Changes in Financial Position

Appropriation ($ thousands)		
Authority as at April 1, 2000		25,000
Drawdown:		
Projected balance as at April 1, 2000	17,400	
Total Estimates (net cash requirement)		
Operations	59,243	
Appropriation authority in these Estimates	(59,243)	
Changes in working capital	850	
Decrease in net book value of fixed assets	(475)	
Projected balance as at March 31, 2001		17,775
Unused authority as at March 31, 2001		7,225

SECTION V: OTHER INFORMATION

The Report on Plans and Priorities document is available on the NFB's website: www.nfb.ca/plans_and_priorities.

LEGISLATION ADMINISTERED

National Film Act, R.S.C. 1985, c. N-8
(most recently amended November 1, 1995)

NATIONAL FILM BOARD OFFICES

Head Office: Ottawa

Operational Headquarters: Montreal

Canadian distribution:

- CineRobotheque – Montreal
- Call Centre (1 800 267-7710)
- Website (http://www.nfb.ca)

International distribution:

- London
- New York
- Paris

English production centres:

- Edmonton
- Halifax
- Montreal
- Toronto
- Vancouver
- Winnipeg

French production centres:

- Moncton
- Montreal
- Toronto

INDEX

CineRoute, 12

Collection, 3, 10, 11, 12

Digital technology, 3, 7, 11, 12

Diversity, 3, 10, 11

E-commerce, 11

First works, 10

Heritage, 10, 11

Information management, 13

Interactivity, 10, 11, 13

Internet/Web, 3, 6, 7, 11, 12

Multimedia, 11

Social issues, 9, 10, 11

BUDGET DES DÉPENSES

Office national du film

Budget des dépenses
2000-2001

Partie III – Rapport sur les plans et les priorités

Canada

Les documents budgétaires

Chaque année, le gouvernement établit son Budget des dépenses, qui présente l'information à l'appui des autorisations de dépenser demandées au Parlement pour l'affectation des fonds publics. Ces demandes d'autorisations sont présentées officiellement au moyen d'un projet de loi de crédits déposé au Parlement. Le Budget des dépenses qui est déposé à la Chambre des communes par la présidente du Conseil du Trésor, comporte trois parties :

Partie I – Le Plan de dépenses du gouvernement présente un aperçu des dépenses fédérales et résume les rapports entre les principaux éléments du Budget principal des dépenses et le Plan de dépenses (qui figure dans le budget).

Partie II – Le Budget principal des dépenses étaye directement la *Loi de crédits*. Le Budget principal des dépenses énonce les autorisations de dépenser (crédits) et les sommes à inclure dans les projets de loi de crédits que le Parlement doit adopter afin que le gouvernement puisse mettre en applications ses plans de dépenses. Les Parties I et II du Budget des dépenses sont déposées simultanément le 1er mars ou avant.

Partie III – Le Plan de dépenses du ministère est divisé en deux documents :

1) **Les rapports sur les plans et les priorités (RPP)** sont des plans de dépenses établis par chaque ministère et organisme (à l'exception des sociétés d'État). Ces rapports présentent des renseignements plus détaillés au niveau des secteurs d'activité et portent également sur les objectifs, les initiatives et les résultats prévus; il y est fait également mention des besoins connexes en ressources pour une période de trois ans. Les RPP contiennent également des données sur les besoins en ressources humaines, les grands projets d'immobilisations, les subventions et contributions, et les coûts nets des programmes. Ils sont déposés au Parlement par la présidente du Conseil du Trésor au nom des ministres responsables des ministères et des organismes désignés aux annexes I, I.1 et II de la *Loi sur la gestion des finances publiques*. Ces documents doivent être déposés au plus tard le 31 mars, pour renvoi aux comités qui font ensuite rapport à la Chambre des communes conformément au paragraphe 81(4) du Règlement.

2) **Les rapports ministériels sur le rendement (RMR)** rendent compte des réalisations de chaque ministère et organisme en fonction des attentes prévues en matière de rendement qui sont indiquées dans leur RPP. Ces rapports sur le rendement, qui portent sur la dernière année financière achevée, sont déposés au Parlement en automne par la présidente du Conseil du Trésor au nom des ministres responsables pour les ministères et des organismes désignés aux annexes I, I.1 et II de la *Loi sur la gestion des finances publiques*.

Le Budget des dépenses, de même que le budget du ministre des Finances, sont le reflet de la planification budgétaire annuelle de l'État et de ses priorités en matière d'affectation des ressources. Ces documents, auxquels viennent s'ajouter par la suite les Comptes publics et les rapports ministériels sur le rendement, aident le Parlement à s'assurer que le gouvernement est dûment comptable de l'affectation et de la gestion des fonds publics.

© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada, représentée par
le ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux, 2000

En vente au Canada chez votre libraire local ou par la
poste auprès des Éditions du gouvernement du Canada (TPSGC)
Ottawa (Canada) K1A 0S9

Téléphone : 1-800-635-7943
Site Internet : http://publications.tpsgc.gc.ca

No. de catalogue BT31-2/2001-III-5

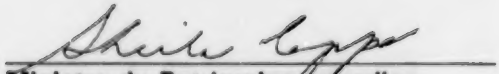
ISBN 0-660-61145-7

Office national du film

Budget des dépenses 2000-2001

Rapport sur les plans et les priorités

Approuvé



Ministre du Patrimoine canadien

TABLE DES MATIÈRES

SECTION I : MESSAGES 1

A. Message de la Ministre 1

B. Message de la Commissaire 3

SECTION II : VUE D'ENSEMBLE DE L'OFFICE NATIONAL DU FILM 5

A. Mandat, rôles et responsabilités 5

B. Objectif de l'organisme/programme 6

C. Facteurs externes 6

D. Dépenses prévues 8

SECTION III : PLANS, RÉSULTATS ET RESSOURCES 9

A. Description du programme de l'Office national du film 9

B. Principaux engagements en matière de résultats, résultats escomptés, activités et ressources connexes 10

SECTION IV : RENSEIGNEMENTS FINANCIERS 15

SECTION V : AUTRES RENSEIGNEMENTS 17

INDEX 18

SECTION I : MESSAGES

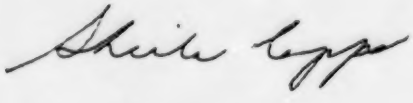
A. MESSAGE DE LA MINISTRE

L'Office national du film s'assure que l'interprétation des réalités et de l'imaginaire canadiens repose sur un cinéma qui offre un haut niveau de qualité cinématographique, qui soit socialement et culturellement pertinent, qui permette l'innovation et l'avancement artistiques et technologiques, et qui porte tout autant sur de grands enjeux de société que sur des faits de la vie quotidienne. L'Office fournit du matériel audiovisuel aux milieux éducatifs, conserve et fait la promotion du riche patrimoine du Canada et de sa diversité, et soutient le cinéma de la relève.

Ce sont les Canadiens et les Canadiennes de toutes origines et cultures qui forment le Canada et qui constituent notre richesse. Ces valeurs qui nous sont chères — respect de l'individu et de ses choix, diversité de nos expériences — ont besoin d'un terrain favorable pour que notre diversité représente une source de vigueur pour l'unité du Canada et l'identité canadienne.

C'est au ministère ainsi qu'aux organismes et aux sociétés d'État qui composent le portefeuille du Patrimoine canadien que revient le rôle de créer un environnement favorable au soutien et à la promotion de la pleine participation de tous et chacun à l'ensemble de l'expérience de vie canadienne.

Le portefeuille du Patrimoine canadien, dont fait partie l'Office national du film, est fier de son rôle et de travailler en collaboration avec de nombreux partenaires à la prospérité du Canada.



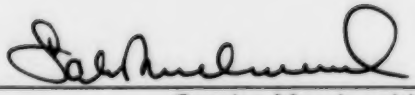
Sheila Copps
Ministre du Patrimoine canadien

B. MESSAGE DE LA COMMISSAIRE

Sur le plan des activités qui touchent directement le public, les projets de l'Office national du film pour 2000-2001 se concentrent sur l'ensemble des opportunités offertes par Internet : creuset de nouvelles formes de créativité; et de nouveaux modes d'accès par la population canadienne à la richesse et à la diversité de l'expression cinématographique canadienne que représente notre collection de films, et aussi fenêtre pour le reste du monde sur les histoires, les voix et les images canadiennes.

À l'interne, nous mettons également l'accent sur Internet au moment où nous nous positionnons pour tirer avantage de la révolution numérique, qui réduit les distances et les coûts de production, nous permettra de rationaliser encore nos outils administratifs et de relier notre personnel d'un océan à l'autre, dans les deux langues officielles, par des moyens jamais utilisés auparavant.

Fidèle aux objectifs exprimés dans le Discours du Trône et pour poursuivre la réalisation de son mandat qui est toujours de faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens, aux Canadiennes et au monde, l'ONF entend conserver sa position de chef de file en matière de recours aux nouvelles technologies.



Sandra Macdonald
Commissaire du gouvernement à la cinématographie
et présidente de l'Office national du film du Canada

SECTION II : VUE D'ENSEMBLE DE L'OFFICE NATIONAL DU FILM

A. MANDAT, RÔLES ET RESPONSABILITÉS

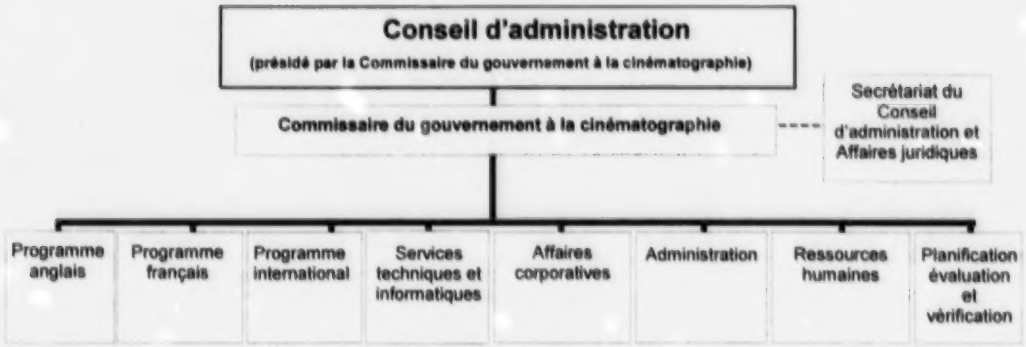
L'Office national du film du Canada (ONF) relève de la ministre du Patrimoine canadien, chargée d'appliquer la Loi sur le cinéma régissant cet organisme public de production et de distribution d'œuvres audiovisuelles. Selon l'article 9 de cette loi constitutive de l'ONF, celui-ci a pour mandat de susciter et de promouvoir la production et la distribution de films dans l'intérêt national, et notamment de :

- produire et distribuer des films destinés à faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations, et promouvoir la production et la distribution de tels films;
- faire des recherches sur les activités filmiques et en mettre les résultats à la disposition des personnes faisant de la production de films;
- conseiller le gouverneur en conseil en matière d'activité filmique;
- remplir, en matière d'activités filmiques, les autres fonctions que le gouverneur en conseil peut lui assigner.[1]

En application de ce mandat, l'ONF s'est donné pour mission dans les années qui viennent « de produire et distribuer des œuvres audiovisuelles qui suscitent la réflexion et la discussion sur des sujets d'intérêt pour les auditoires canadiens et les marchés étrangers, qui exploitent le potentiel créatif des médias audiovisuels et qui se font reconnaître, au pays et à l'étranger, pour leur excellence, leur pertinence et leur caractère novateur ».

[1] S.R.C. 1985, ch. N-8. L'article dit également que l'ONF « représente le gouvernement du Canada dans ses relations avec des personnes exerçant une activité cinématographique commerciale quant à des films cinématographiques pour le gouvernement ou l'un quelconque de ses départements. » Ces pouvoirs ont été transférés au ministre des Approvisionnements et Services par décret en conseil C.P. 1984-6/2565.

Structure organisationnelle



B. OBJECTIF DE L'ORGANISME/PROGRAMME

L'objectif de l'organisme et du programme est de produire des œuvres audiovisuelles qui reflètent les réalités et les perspectives canadiennes tout en innovant dans divers aspects de la cinématographie, et de distribuer et de rendre accessible ces œuvres audiovisuelles.

C. FACTEURS EXTERNES

Les politiques publiques – L'ONF est directement touché par de nombreux aspects des politiques publiques qui se répercutent sur la gestion de ses ressources et de ses activités. Il se ressent des décisions qui influent sur les milieux de la production, de la télédiffusion et des télécommunications tout comme de celles qui visent les objectifs financiers, les relations de travail, la politique linguistique, les régimes de responsabilisation, etc.

L'évolution des marchés – Le développement des réseaux de câblodistribution et l'implantation de nouveaux satellites de communication favorisent l'expansion des services spécialisés de télévision, créant ainsi de nouveaux débouchés pour nos films. Par contre, la fragmentation des auditoires qui en découle contribue à réduire les droits de licence que l'ONF retire pour la diffusion de ses films.

D'autre part, le genre de films que l'ONF produit trouve plus difficilement place dans les grilles-horaires des télévisions conventionnelles et aussi dans les créneaux des services spécialisés de la télévision qui privilégient davantage les séries, les œuvres de fiction ou la programmation sur commande. Par ailleurs, le développement de l'Internet procure à l'ONF un

nouveau véhicule pour la promotion et la vente de ses films auprès des marchés consommateurs, institutionnels et d'entreprises.

Enfin, l'évolution des modes de consommation des produits audiovisuels, la course aux cotes d'écoute, la concurrence des grilles de programmation, l'évolution des tendances dans l'offre de produits audiovisuels, le degré d'ouverture des différents pays aux productions étrangères sont tous autant de facteurs qui risquent d'influer sur la conduite des activités de distribution et sur l'évolution de nos revenus.

L'environnement technologique – La réorientation de la production et de la distribution de l'ONF, antérieurement sur support film, vers des supports électroniques lui permet d'atteindre des auditoires plus variés en utilisant des moyens diversifiés et accessibles par un plus grand nombre. Les supports audiovisuels modernes comme la vidéocassette, le DVD, le CD-ROM et Internet sont les véhicules privilégiés de notre époque. Parallèlement, les réseaux de télévision s'apprêtent à transiter vers la télévision numérique, ce qui nécessitera de nombreux changements aux infrastructures technologiques de cette industrie au cours des prochaines années. Or, l'ONF qui utilise prioritairement les réseaux conventionnels et les services spécialisés de la télévision pour la diffusion de ses productions doit s'assurer que celles-ci soient conformes et adaptées aux technologies, aux formats et aux contenus de la future télévision numérique.

Le passage d'un médium de production et de distribution (le film) à une technologie sans cesse évolutive oblige l'ONF à composer avec un environnement qui nécessite une adaptation constante de ses ressources humaines, techniques et financières aux nouveaux supports et aux nouveaux modèles de production et de distribution d'œuvres audiovisuelles.

Des partenariats – Bien que son rôle de producteur et de distributeur publics le distingue des entreprises privées, l'ONF n'œuvre pas en marge de cette industrie. Il en constitue une composante spécifique et essentielle. Ainsi, pour réaliser sa mission, l'ONF compte sur des ressources créatrices, opérationnelles et administratives internes, fait appel à des pigistes et s'appuie sur des partenaires des secteurs publics et privé, tant dans le domaine de la production que de la distribution. Ainsi, il s'associe parfois à des coproducteurs privés canadiens et étrangers pour réaliser certaines de ses productions. Il s'associe également avec des diffuseurs privés et publics canadiens et étrangers pour produire et (ou) diffuser ses films. Il a également recours, à diverses occasions, à des partenaires des secteurs public (bibliothèques publiques et scolaires) et privé (entreprises de distribution, maisons de distribution par catalogues, chaînes de cinéma, clubs vidéo, etc.) pour distribuer ses films au Canada et à l'étranger.

D. DEPENSES PREVUES

Tableau 2.1 : Dépenses prévues

(en milliers de dollars)	Prévisions de dépenses 1999-2000	Dépenses prévues 2000-2001	Dépenses prévues 2001-2002	Dépenses Prévues 2002-2003
Budgétaire du Budget principal des dépenses**	68 445	68 518	68 518	68 518
Moins : Recettes disponibles	8 900	8 900	8 900	8 900
Total du Budget principal des dépenses	**59 545**	**59 618**	**59 618**	**59 618**
Ajustements	**2 430**			
Dépenses prévues nettes*	61 975	59 618	59 618	59 618
Plus : Coût des services reçus sans frais	25	18	17	17
Coût net du programme	62 000	59 636	59 635	59 635
Équivalents temps plein	490	**490**	490	490

* *Ce montant reflète les prévisions les plus justes du total des dépenses prévues à la fin de l'exercice courant.*

** *Inclut le crédit législatif de 375 000 $.*

SECTION III : PLANS, RÉSULTATS ET RESSOURCES

L'ONF ne comporte qu'un seul programme propre à offrir au public canadien et étranger un ensemble d'œuvres audiovisuelles sur les réalités et les perspectives canadiennes. Les dépenses prévues, les équivalents temps plein et l'objectif de ce programme sont présentés à la section II.

A. DESCRIPTION DU PROGRAMME DE L'OFFICE NATIONAL DU FILM

L'ONF est une agence culturelle qui relève du ministre du Patrimoine canadien et qui est gérée par un conseil d'administration nommé par le gouverneur général en conseil et présidé par le commissaire à la cinématographie canadienne.

L'ONF est un organisme intégré de production et de distribution de films et autres produits multimédias : les films y sont développés, scénarisés, tournés, traités, publicisés, mis en marché, vendus et distribués. Son centre principal de production et de distribution est à Montréal mais il possède aussi des bureaux à Halifax, Moncton, Toronto, Winnipeg, Edmonton et Vancouver. Il compte également des bureaux à Paris, Londres et New York pour la mise en marché internationale de ses productions. Pour rendre son programme d'activités, il compte sur son propre personnel, mais il a également recours à des pigistes et s'associe au besoin à des partenaires des secteurs public et privé de la production et de la distribution.

Bien qu'il soit autonome et que, par tradition, il œuvre à distance du gouvernement, cet organisme cinématographique public contribue à plusieurs égards aux objectifs de la politique culturelle canadienne en offrant des films socialement et culturellement pertinents, en fournissant du matériel audiovisuel canadien aux milieux éducatifs, en appuyant directement diverses initiatives du gouvernement canadien ici et sur la scène internationale, en conservant et en facilitant l'accès à un riche patrimoine audiovisuel canadien, en soutenant le cinéma de la relève, en favorisant le développement du cinéma régional et celui des groupes de la diversité, en établissant des alliances stratégiques avec les secteurs privé et public, en favorisant la promotion de la culture canadienne à l'étranger et en encourageant la recherche et l'expérimentation dans les technologies des communications.

Comme producteur public, l'ONF s'assure que l'interprétation des réalités et de l'imaginaire canadiens repose sur un cinéma qui offre un haut niveau de qualité cinématographique, qui permette l'innovation et l'avancement artistiques et technologiques et qui porte tout autant sur de grands enjeux de société que sur des faits de la vie quotidienne.

Comme distributeur public, l'ONF s'assure que les films qu'il produit rejoignent le grand public et des auditoires spécialisés en ayant recours aux circuits de diffusion et aux systèmes de distribution les plus appropriés à sa mission et en faisant en sorte que sa collection audiovisuelle patrimoniale soit préservée et accessible par l'entremise de systèmes performants.

Comme organisme public, l'ONF s'assure d'une saine gouvernance de ses activités et de ses ressources en aménageant des conditions propices à la créativité, à la productivité et à la responsabilité de son personnel.

B. PRINCIPAUX ENGAGEMENTS EN MATIÈRE DE RÉSULTATS, RÉSULTATS ESCOMPTÉS, ACTIVITÉS ET RESSOURCES CONNEXES

Premier engagement de résultats

Produire des œuvres cinématographiques pertinentes, de qualité et de caractère innovateur qui aident les canadiens et les canadiennes à mieux comprendre le Canada et le monde.

Résultats escomptés

- Une programmation qui reflète la dualité linguistique et la diversité culturelle;
- Une programmation de films et autres produits audiovisuels qui traitent de sujets pertinents et d'intérêt pour le grand public et/ou pour des auditoires spécialisés;
- Le développement de projets innovateurs et expérimentaux dans le domaine des nouveaux médias et de l'interactivité;
- La mise en valeur du riche patrimoine audiovisuel dont il assure la conservation et l'accessibilité.

Activités

- Consolider les programmes de premières œuvres cinématographiques;
- Poursuivre les programmes de cinéma autochtone au sein des unités anglaise et française de production;
- Attribuer des responsabilités et des objectifs spécifiques à certains studios pour la réalisation de films par des cinéastes de la diversité;
- Réaliser un ensemble de films qui portent sur de grands enjeux de société tels le monde du travail, l'univers de la science, l'environnement, la santé et la bioéthique;
- Développer et produire des films et autres médias audiovisuels traitant de divers sujets et en particulier de faits de société, de la diversité culturelle, de la culture populaire, des modes de vie des Canadiens, de la nature, des arts, de l'histoire ou des portraits de Canadiens et de Canadiennes;
- Développer un ensemble de produits à vocation éducative et destinés aux enfants et aux jeunes, sous forme de documentaires, de courts métrages de fiction, de films d'animation, de productions interactives, de livres-jeux et autres productions multimédia;
- Créer un important site Internet bilingue sur l'histoire du Canada;
- Intégrer des outils Internet et interactifs (DVD, CD-ROM) dans le cadre de la production cinématographique;
- Poursuivre la transition à la technologie numérique dans l'ensemble des sphères d'activités cinématographiques;
- Développer de nouveaux projets dans le cadre de la collection Mémoire afin d'offrir au public des outils de connaissance de notre patrimoine cinématographique;
- Développer de nouveaux produits, de nouveaux ensembles et de nouvelles compilations thématiques à partir de la collection.

Ressources connexes

Tableau 3.1 : Dépenses réelles et prévues pour cet engagement

(en milliers de dollars)	Prévisions de dépenses 1999-2000	**Dépenses prévues 2000-2001**	Dépenses prévues 2001-2002	Dépenses prévues 2002-2003
Production	41 663	**39 518**	39 518	39 518

Deuxième engagement de résultats

Optimiser les auditoires grand public et spécialisés.

Résultats escomptés

- Les films de l'ONF seront à l'horaire des réseaux nationaux de télévision et des services spécialisés;
- Les services du commerce électronique seront disponibles aux clientèles canadiennes et internationales pour l'acquisition de productions audiovisuelles;
- Une croissance se produira dans le développement et la diversification des marchés.

Activités

- Le marché de la télévision sera privilégié pour rejoindre le grand public et les auditoires spécialisés : des ententes, des partenariats, des préventes, des coproductions et des ventes directes seront conclues avec les réseaux de télévision;
- Des efforts particuliers seront déployés pour développer de nouveaux produits, de nouvelles compilations, de nouveaux ensembles à partir de la collection existante en vue de les diffuser dans les créneaux actuels et à venir de la télévision;
- Développer une stratégie et une architecture du site Web qui facilitent les transactions et la livraison des productions;
- Élaborer des stratégies de communication et de promotion qui conviennent sur nos marchés éducatifs, institutionnels et consommateur et qui optimisent la vente de nos films;
- Poursuivre le travail de recherche sur l'archivage et la conservation de la collection et procéder au transfert de celle-ci sur support numérique pour la rendre plus accessible;
- Poursuivre le travail de recherche et de développement du projet CinéRoute qui permettra à l'ONF d'offrir le premier service canadien de cinéma sur demande par Internet;
- Mettre à profit la multiplication des chaînes spécialisées de télévision à travers le monde;
- Développer le marché de la télévision éducative :
  - Conclure des contrats d'exploitation avec diverses commissions scolaires, collèges et universités aux États-Unis, leur accordant des

droits de diffusion à des fins éducatives par circuit fermé à l'intérieur d'un État et des droits de duplication de vidéocassettes pour distribution dans les établissements scolaires;

- Des démarches semblables seront entreprises auprès du Brésil et de la France;

- Développer le marché de la « Diffusion vidéo en vol » :
  - En plus de travailler directement avec des compagnies aériennes (ex : Air Canada, Air France), l'ONF distribuera ses productions à plus de 80 transporteurs aériens aux quatre coins du monde en s'associant à des distributeurs spécialisés dans ce domaine;
- Développer de nouveaux territoires :
  - Prendre avantage de l'ouverture de la Chine à nos productions et de l'expansion de nos relations d'affaires avec le Brésil et le Mexique pour accroître significativement nos activités commerciales dans ces pays.

Ressources connexes

Tableau 3.2 : Dépenses réelles et prévues pour cet engagement

(en milliers de dollars)	Prévisions de dépenses 1999-2000	**Dépenses prévues 2000-2001**	Dépenses prévues 2001-2002	Dépenses prévues 2002-2003
Distribution	13 896	**13 800**	13 800	13 800

Troisième engagement de résultats

Assurer une gestion efficiente et responsable des ressources.

Résultats escomptés

- Une infrastructure opérationnelle et administrative performante;
- Une gestion axée sur les résultats;
- Un organisme ouvert et branché.

Activités

- Poursuivre l'implantation et l'intégration des systèmes, des logiciels, des applications et des banques de données informatiques pour la gestion de l'information;
- Élaborer des mesures de rendement des activités et des opérations qui rendent compte de l'atteinte des objectifs de créativité, de productivité et d'imputabilité;

- Revoir le rôle de l'ONF dans le contexte du World Wide Web en vue de devenir un centre interactif de créativité et d'excellence;
- Accroître la visibilité de l'ONF auprès du public et l'interaction avec la communauté cinématographique.

Ressources connexes

Tableau 3.3 : Dépenses réelles et prévues pour cet engagement

(en milliers de dollars)	Prévisions de dépenses 1999-2000	**Dépenses prévues 2000-2001**	Dépenses prévues 2001-2002	Dépenses prévues 2002-2003
Administration	6 416	**6 300**	6 300	6 300

SECTION IV : RENSEIGNEMENTS FINANCIERS

Table 4.1 : Coût net du programme pour l'année budgétaire

(en milliers de dollars)		
Dépenses prévues		**68 518**
Plus :	*Services reçus sans frais*	
	Protection des accidents de travail assurée par Développement des ressources humaines Canada	**18**
Moins :	*Recettes disponibles*	**8 900**
Coût net du programme pour 2000-2001 (Total des dépenses prévues)		**59 636**

Tableau 4.2 : Paiements de transfert

(en milliers de dollars)	Prévisions de dépenses 1999-2000	**Dépenses prévues 2000-2001**	Dépenses prévues 2001-2002	Dépenses prévues 2002-2003
Subventions				
Subventions pour aider à payer le coût de certains événements cinématographiques d'importance, qui ont lieu au Canada et qui sont d'intérêt national ou international, selon l'avis du Conseil d'administration	10	**12**	12	12
Contributions				
Pour aider des organismes sans but lucratif œuvrant dans le milieu cinématographique et pour participer à promouvoir la cinématographie canadienne	309	**307**	307	307
	319	**319**	319	319

Tableau 4.3 : Recettes disponibles

(en milliers de dollars)	Prévisions de recettes 1999-2000	Recettes prévues 2000-2001	Recettes prévues 2001-2002	Recettes prévues 2002-2003
Recettes disponibles				
Production de films	900	1 500	1 500	1 500
Ventes de copies	2 200	2 500	2 500	2 500
Location, redevances et divers	4 900	4 900	4 900	4 900
Total	8 000	8 900	8 900	8 900

Tableau 4.4 : Fonds renouvelable – Utilisation prévue

(en milliers de dollars)	Prévisions 1999-2000	Prévues 2000-2001	Prévues 2001-2002	Prévues 2002-2003
Actif				
Encaisse	300	300	300	300
Comptes créditeurs	4 000	4 000	4 000	4 000
Stocks	700	700	700	700
Frais payés d'avance	1 000	1 500	1 500	1 500
Équipement (valeur nette)	14 525	14 275	14 650	15 025
	20 525	20 775	21 150	21 525
Passif				
Comptes débiteurs	3 125	3 000	3 000	3 000
Avoir du Canada	17 400	17 775	18 150	18 525

Tableau 4.5 : Fonds renouvelable – État des variations de la situation financière

Crédits (en milliers de dollars)		
Autorisation au 1er avril 2000		25 000
Prélèvements :		
Solde prévu au 1er avril 2000	17 400	
Total des prévisions (besoins de trésorerie nets)		
Opérations	59 243	
Crédit accordé dans le présent Budget des dépenses	(59 243)	
Variation du fonds de roulement	850	
Diminution de la valeur nette des immobilisations	(475)	
Solde prévu au 31 mars 2001		17 775
Autorisation non utilisée au 31 mars 2001		7 225

SECTION V : AUTRES RENSEIGNEMENTS

Ce document se trouve à l'adresse Internet suivante :
www.onf.ca/plans_et_priorites.

LOI APPLIQUÉE PAR LE PORTEFEUILLE

Loi sur le cinéma, S.R.C. 1985, ch. N-8
(la dernière modification est entrée en vigueur le 1er novembre 1995)

BUREAUX DE L'OFFICE NATIONAL DU FILM

Siège social : Ottawa

Bureau central : Montréal

Distribution au Canada :

- CinéRobothèque – Montréal
- Centre des appels (1 800 267-7710)
- Site Internet (http://www.onf.ca)

Distribution à l'étranger :

- Londres
- New York
- Paris

Centres de production anglaise :

- Edmonton
- Halifax
- Montréal
- Toronto
- Vancouver
- Winnipeg

Centres de production française :

- Moncton
- Montréal
- Toronto

INDEX

CinéRoute, 12

Collection, 3, 10, 11, 12

Commerce électronique, 12

Diversité, 3, 10, 11

enjeux de société, 10

Enjeux de société, 11

Gestion de l'information, 13

Interactivité, 10, 11, 14

Internet, 3, 7, 11, 12, 14, 17

Multimédia, 11

Numérique, 3, 7, 11, 12

Patrimoine, 10, 11

Premières œuvres, 11